

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman yang semakin canggih seperti saat ini, pembangunan sektor pariwisata di Indonesia sangat pesat dan kian maju. Hal ini disebabkan karena industri pariwisata merupakan salah satu asset bangsa yang bisa meningkatkan jumlah devisa bagi negara. Industri ini dapat memberikan keuntungan bagi negara, sehingga perkembangannya sampai saat ini terus meningkat.

Pariwisata tidak hanya sebatas berekreasi ke tempat tertentu untuk menikmati suasana suatu daerah saja, Tetapi adakalanya seseorang melakukan tujuan wisata adalah untuk menikmati ke khasan makanan dari daerah tersebut. Di Bandung industri pariwisata saat ini luar biasa berkembang dengan pesatnya, salah satunya adalah kekhasan wisata kulinernya. Bandung dipilih sebagai kota tujuan wisata dikarenakan suasana alamnya yang masih alami, budaya seni tradisional yang masih kental, pusat perbelanjaan fashion (*factory outlet*) yang berada dimana-mana, tidak terkecuali kekhasan kuliner Sunda yang sangat menggugah selera makan para penikmatnya.

Industri kuliner merupakan salah satu industri pariwisata yang cukup menjanjikan bagi para pengusahanya, hal ini dikarenakan makanan adalah hal yang utama yang dibutuhkan oleh manusia setiap harinya untuk bertahan hidup. Karena tujuan utama seseorang mendirikan suatu usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan, hal ini menjadi suatu ketertarikan bagi para pengusaha

untuk membuat dan mengembangkan suatu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yaitu tepatnya kuliner khas Sunda. Banyaknya usaha-usaha sejenis mengakibatkan timbulnya persaingan. Persaingan itu sendiri terjadi salah satunya pada rumah makan Sunda yang ada di kota Bandung. Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat 2010, jumlah tempat makan di kota Bandung sebanyak 138 restoran dan 146 rumah makan. Di kota Bandung ini sendiri terdapat 21 rumah makan Sunda yang menyuguhkan masakan priangan, dan kemungkinan jumlah tersebut akan terus meningkat. Peningkatan tersebut tentunya memperbesar persaingan yang timbul, sehingga apabila restoran dan rumah makan tersebut tidak pintar menyiasati perubahan perilaku konsumen akan berimbas pada pendapatan dan akan mempengaruhi laba pada perusahaan.

Sayangnya banyaknya usaha sejenis yang menjamur tidak didukung oleh strategi bersaing yang tepat dan unggul oleh beberapa pengelola rumah makan Sunda. Walaupun dalam hal ini mereka melihat suatu keuntungan di dalam posisi bersaing mereka yang seandainya usaha mereka berhasil, namun terkadang mereka gagal mengantisipasi akibat dari reaksi pesaing. Hal ini mengakibatkan rata-rata turunnya laba perusahaan. Akibatnya para produsen harus memutar otak dalam menjalankan usahanya. Salah satu caranya mengembangkan dan memperbaiki dengan menciptakan keunggulan-keunggulan bersaing agar siap menghadapi tantangan dan persaingan sejenis sehingga perolehan laba maksimum akan diperoleh.

Berdasarkan paparan di atas di kota Bandung tercatat jumlah laba yang diperoleh beberapa Rumah Makan Sunda yang ada di kota Bandung.

Tabel 1.1
Jumlah Laba
Rumah Makan Sunda di Kota Bandung
Periode Januari Sampai Maret 2010

No	Nama Rumah makan	Laba per bulan			Perubahan laba rata-rata per bulan dalam (%)
		Januari (Rp)	Februari (Rp)	Maret (Rp)	
1	Raja Sunda	14.500.000	12.600.000	13.800.000	-15.8
2	Sari Sunda	17.800.000	16.200.000	17.700.000	-6.25
3	Ma Uneh	19.600.000	17.800.000	19.400.000	-11
4	Warung Cepot	16.800.000	15.200.000	16.500.000	-18.7
5	Laksana	14.400.000	15.300.000	14.550.000	- 16.6
6	Ampera	18.000.000	16.800.000	17.850.000	-12.5
7	Cibiuk	17.400.000	17.100.000	17.375.000	-8.3
8	Ibu Imas	19.500.000	20.100.000	20.675.000	-4
9	Kedai Bumbu Desa	14.900.000	16.200.000	17.520.000	1.5
10	Dapur Cobek	12.900.000	13.500.000	14.050.000	-8.3
Jumlah rata-rata					-6.8

Sumber: data diperoleh dari hasil pra penelitian penulis

Berdasarkan paparan di atas faktanya pada Rumah makan Sunda terjadi penurunan laba rata-rata sekitar 6,8 %. Penurunan yang paling tajam terjadi pada Rumah Makan Warung Cepot yaitu sekitar 18,7 %, sedangkan kenaikan terjadi pada Rumah Makan Kedai Bumbu Desa sekitar 1,5 %. Hal ini disebabkan salah satunya karena adanya faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya persaingan diantaranya masuknya pendatang baru. Hal ini dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.2
Jumlah
Rumah Makan Sunda di Kota Bandung

Tahun	Jumlah	Perubahan (%)
2007	23	0
2008	24	4.34
2009	18	-25
2010	21	16.6

Sumber : Data diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data di atas fluktuatif jumlah Rumah makan Sunda di Kota Bandung mempengaruhi persaingan. Seperti yang dikemukakan oleh Porter (2008:17) bahwa faktor-faktor yang menimbulkan pesaing itu adalah masuknya pendatang baru; tingkat rivalitas diantara pesaing yang ada; tekanan dari produk pengganti; kekuatan tawar menawar pembeli; dan kekuatan tawar menawar pemasok/supplier.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut persaingan antara rumah makan Sunda sangat ketat. Hal ini dapat mempengaruhi lajunya perkembangan kuliner khas Sunda dan laba yang diperoleh pada rumah makan tersebut.

Dengan adanya alasan-alasan persaingan di atas, maka perusahaan sebagai produsen harus teliti dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen, salah satu caranya adalah dengan mengembangkan dan memperbaiki kualitas perusahaan dari segi apapun dengan menciptakan keunggulan dalam bersaing. Apabila para pelaku usaha yang ada tidak dapat mempersiapkan diri dengan baik untuk menghadapi persaingan ini, maka dikhawatirkan produk-produk mereka tidak akan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan dengan produk lain, sehingga akan berdampak pada kelangsungan usaha mereka di masa yang akan datang. Dalam mempertahankan usaha di tengah persaingan sejenis para

pengusaha diharapkan mempunyai keunggulan tersendiri di dalam perusahaannya. Keunggulan-keunggulan ini bisa diciptakan dengan diferensiasi produk, meningkatkan kualitas produk, promosi, ataupun strategi bersaing lainnya agar perusahaan dapat tetap bertahan di tengah persaingan yang ada.

Berdasarkan paparan di atas yang menjadi pokok permasalahan adalah sejauh mana tingkat keunggulan bersaing berpengaruh terhadap laba pada Rumah makan Sunda di Kota Bandung. Maka penulis tertarik untuk mengambil judul “PENGARUH KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP LABA PADA RUMAH MAKAN SUNDA DI KOTA BANDUNG.”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, perumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keunggulan bersaing di Rumah Makan Sunda di kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap laba pada Rumah Makan Sunda di Kota Bandung?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan keunggulan bersaing Rumah Makan Sunda di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap laba Rumah Makan Sunda di kota Bandung.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan 2 macam manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis dalam melakukan penelitian ini penulis memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaruh keunggulan bersaing terhadap laba.

2. Manfaat praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi citra produk rumah makan Sunda Bandung melalui keunggulan bersaing. Selain itu juga sebagai bahan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai pengaruh keunggulan bersaing terhadap laba pada rumah makan Sunda di kota Bandung.